



Formes de déconnexion volontaire et temporalités de Twitter

Jean-Claude Domenget

► To cite this version:

Jean-Claude Domenget. Formes de déconnexion volontaire et temporalités de Twitter. Réseaux : communication, technologie, société, 2014, Déconnexions, 4 (186), 10.3917/res.186.0077 . hal-01307879

HAL Id: hal-01307879

<https://hal.science/hal-01307879>

Submitted on 26 Apr 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution| 4.0 International License

Domenget, J.-C. (2014). Formes de déconnexion volontaire et temporalités de Twitter. *Réseaux*, (186), 77-103.

FORMES DE DÉCONNEXION VOLONTAIRE ET TEMPORALITÉS DE TWITTER

Jean-Claude DOMENGET

Université de Franche-Comté, ELLIADD-OUN

jean-claude.domenget@univ-fcomte.fr

Résumé

Les professionnels de la visibilité ont pour mission de rendre visibles leurs clients sur les moteurs de recherche et les médias sociaux. Étant donné les enjeux professionnels liés à une présence en ligne sur Twitter, notamment en termes de visibilité, de reconnaissance d'expertise, d'e-réputation ou encore d'employabilité, leurs formes de déconnexion volontaire ne peuvent être que partielles, ponctuelles, provisoires voire cachées. En analysant ces pratiques sous l'angle des temporalités en jeu, il apparaît que face aux tensions fortes qui existent entre des cadres temporels rigides, une culture temporelle marquée par le « culte de l'urgence » et une capacité à réussir son équation temporelle personnelle, c'est-à-dire à se préserver un temps à soi, seules les formes de déconnexion repérées permettent de s'en prémunir et d'atteindre un idéal de milieu temporel souple, changeant, modifiable. Dans ce cadre, trois figures d'usagers sont distinguées en fonction de leur manière de résoudre leur équation temporelle personnelle et des formes de déconnexion volontaire qu'elles privilégient.

Si les professionnels de la visibilité (référenceurs, webmarketers, communicateurs web, gestionnaires de communautés) cherchent à renforcer leur présence en ligne et à multiplier les actions pourvoyeuses de visibilité, de multiples formes de déconnexion volontaire se font pourtant jour, interrogeant à la fois les enjeux professionnels sous-jacents, les tensions entre les temporalités en jeu et les conditions de réussite d'une équation temporelle personnelle. A partir de cette problématique, plusieurs questions sont abordées dans cet article : quelles formes de déconnexion volontaire sont repérables sur Twitter ? Quels sont les enjeux professionnels sous-jacents ? Quelles sont les tensions inhérentes aux temporalités de ces expériences de déconnexion volontaire ? Est-il possible de résoudre son équation temporelle personnelle, c'est-à-dire de préserver un temps à soi tout en restant connecté en permanence ? Peut-on distinguer différentes figures d'utilisateurs en fonction de leur manière de résoudre leur équation temporelle et des formes de déconnexion volontaire qu'elles privilégient ? En effet, dans une approche « temporaliste » et en tenant compte des « échelles » de temps¹, il apparaît une tension entre cette injonction à la visibilité (Aubert et Haroche, 2011) se définissant sur l'instant et l'obligation de présence numérique se construisant dans la durée (Merzeau, 2009). Cette présence s'intègre dans des cadres temporels d'interactions (rigides, fermés, réguliers), définis par différents « domaines » de structuration du temps (travail, famille, loisir, intimité) et le dispositif sociotechnique d'information et de communication qu'est Twitter. Elle rentre en conflit avec la culture temporelle caractéristique des sociétés occidentales, marquée par « le culte de l'urgence » (Aubert, 2003), l'accélération des rythmes, l'injonction à une réaction immédiate et des difficultés de gestion du temps. Dans un dispositif comme Twitter, le flux des échanges rend difficile la réalisation d'une équation temporelle personnelle, basée sur l'organisation et l'horizon spécifique des temporalités agencées par une personne spécifique (Grossin, 1996).

L'analyse des formes de déconnexion volontaire de Twitter chez les professionnels de la visibilité va nous conduire à proposer deux idées fortes. Premièrement, étant donné les enjeux professionnels liés à une présence en ligne sur Twitter, notamment en termes de visibilité, de reconnaissance d'expertise, d'e-réputation ou encore d'employabilité, pour les professionnels de la visibilité, dont une des missions est de rendre visibles leurs clients sur les moteurs de recherche et les médias sociaux, les formes de déconnexion volontaire ne peuvent être que partielles, ponctuelles, provisoires voire cachées. Il s'agit en effet de penser l'articulation entre ces formes de déconnexion volontaire et les enjeux professionnels sous-jacents car pour ce groupe professionnel, leurs usages professionnels de Twitter s'inscrivent dans un véritable modèle de référence de la relation client, au sein duquel le « capital de visibilité » (Heinich, 2012, p. 43-52) du professionnel est un élément majeur de sa reconnaissance professionnelle. Deuxièmement, en analysant ces pratiques sous l'angle des temporalités en jeu, il apparaît que face aux tensions fortes qui existent entre les cadres temporels rigides notamment ceux liés au temps du travail, une culture temporelle marquée par le « culte de l'urgence » et une capacité à réussir son équation temporelle personnelle, c'est-à-dire à se préserver un temps à soi, seules les formes de déconnexion repérées permettent de s'en prémunir et d'atteindre un idéal de milieu temporel souple, changeant, modifiable. Cet idéal de souplesse, de changement, de liberté dans les milieux temporels rassemblant différentes temporalités rentre en conflit avec des normes de présence, liées à des cadres temporels du travail, qui limitent les possibilités de déconnexion sur la durée. La culture temporelle reçue de la société est marquée par une urgence généralisée. Nous retrouvons les mêmes risques d'accélération des rythmes, d'injonction à une réaction immédiate et les mêmes difficultés de gestion du temps, dans le temps réel régissant les usages de Twitter. Dans ce cadre, trois figures d'utilisateurs sont proposées en fonction de leur manière de résoudre leur équation temporelle personnelle et des formes de déconnexion

1 Claude Dubar et Christiane Rolle rappellent qu'en sciences humaines et sociales, chaque discipline a multiplié les distinctions internes au temps et les typologies de temporalités pertinentes. « Les diverses disciplines ne nomment pas de la même manière ce qu'elles considèrent soit comme des « moments » du temps (passé, présent, futur), soit comme des « échelles » de temps (longue, moyenne et courte durée), soit comme des « domaines » de structuration du temps (travail, famille, loisir, intimité...) soit encore comme des modes d'expression temporelle (récit objectivé ou discours subjectivé) » (Dubar et Rolle, 2008). L'analyse de cette tension entre temporalités, qui est au cœur de cet article, sera conduite principalement au niveau du court terme individuel, parmi les échelles de temps.

volontaire qu'elles privilégient.

Pour étayer notre argumentation, l'analyse proposée s'appuie sur un travail d'exploitation secondaire d'un terrain, intégrant une observation participante entre 2008 et 2011 et 27 entretiens compréhensifs, réalisés aux mois de mars et avril 2011. Cette étude questionnait l'articulation entre impératif de visibilité pour exister et enjeux éthiques dans les usages professionnels de Twitter par des professionnels de la visibilité (Domenget, 2012). Sans aborder directement les questions de déconnexion volontaire, des thèmes récurrents ont été étudiés concernant les représentations de Twitter, la gestion du temps, les horaires de publication, ouvrant la voie à l'évocation de pratiques de déconnexion. Le travail d'exploitation secondaire a consisté en une relecture du matériau empirique précédemment constitué, une reprise de l'encodage des interviews à la lumière de la nouvelle interrogation et des concepts théoriques déjà formalisés, afin de dégager des pistes d'interprétation voire de nouveaux concepts (suivant une approche de théorie enracinée). A l'arrivée si les 27 entretiens ont été retraités, seuls 13 ont été retenus pour les verbatims pour permettre aux lecteurs de se faire une meilleure idée du profil des informateurs. La population d'origine de l'étude comprenait 6 femmes et 21 hommes ; âgés de 24 à 52 ans, avec une grande majorité de trentenaires ; travaillant dans le domaine du webmarketing ou de la communication web et occupant des postes de chefs d'entreprise, d'indépendants, de salariés ou étant en phase de reconversion. La cohérence de cette population d'étude vient plus des missions effectuées par ces différents professionnels qu'une dénomination de métiers commune. Une méthode de recrutement de proche en proche a été adoptée, complétée par un appel à participation sur Twitter. Cette démarche présente l'avantage de pouvoir rassembler rapidement différents profils dans le cadre d'une profession très interconnectée et constituant des « petits mondes ». Différents critères présentés par binômes sont directement liés à des enjeux de déconnexion volontaire et de temporalités :

- ces usagers sont physiquement très connectés *vs* rarement présents lors de l'interaction avec les autres comptes ;
- ils sont très « *vocaux* » (grande fréquence de tweets) *vs* plutôt discrets ;
- ils animent de gros comptes (plusieurs milliers d'abonnés) *vs* de petits comptes (quelques centaines) ;
- Twitter est au cœur de leur présence numérique *vs* un outil de valorisation de leur blog.

Dans un premier temps, les formes de déconnexion volontaire de Twitter sont analysées dans leurs relations avec les enjeux professionnels liés à une présence en ligne sur ce dispositif. Dans un deuxième temps, les tensions entre des cadres temporels rigides, un idéal d'un milieu temporel souple, changeant, modifiable, une culture temporelle marquée par le « culte de l'urgence » et une capacité à réussir son équation temporelle personnelle, sont analysées en fonction des liens étroits entre formes de déconnexion volontaire et temporalités en jeu, permettant de distinguer trois figures-types d'usagers.

ENJEUX PROFESSIONNELS DES FORMES DE DÉCONNEXION VOLONTAIRE DE TWITTER

Dans ce numéro de *Réseaux*, Francis Jauréguiberry revient sur l'hypothèse de la surcharge informationnelle qu'il avait posée précédemment (Jauréguiberry, 2003, 2005). Face à un risque de tourbillon non maîtrisé d'informations et de communications, un désir de déconnexion apparaît, marqué par des formes de déconnexion partielles qui tendent toutes vers un idéal de la connexion maîtrisée. Cette hypothèse conduit à interroger les formes de déconnexion volontaire de Twitter. Ancrées dans un cadre professionnel, elles se révèlent être volontaires mais aussi partielles, ponctuelles, provisoires et cachées. Leur analyse permet de mieux saisir les enjeux professionnels liés à une présence en ligne sur ce dispositif, notamment en termes de visibilité, de reconnaissance d'expertise, d'e-réputation ou encore d'employabilité.

Quelles formes de déconnexion volontaire ?

La déconnexion volontaire n'est pas seulement une sorte de fuite alimentée par un désir de souffler, de reprendre son rythme ou de préserver un temps à soi. [...] Moment ou période de dialogue de soi à soi, de réflexivité, de confrontation avec le sens de sa vie, la déconnexion est alors vécue comme pratique de son intériorité et renvoie directement [...] à la notion de sujet dans une société hypermoderne (Jauréguiberry, 2014).

Les formes de déconnexion volontaire de Twitter effectuées par les professionnels de la visibilité renvoient moins aux dimensions existentielles analysées par ce chercheur qu'à des enjeux professionnels marqués par une visée d'efficacité, de rentabilité, de performance etc. Parmi nos informateurs plusieurs ont clairement exprimé avoir comme Nicolas, « une vision professionnelle de Twitter ». Ainsi, la dimension professionnelle des usages d'un dispositif comme Twitter est peut-être moins à rechercher dans les types d'usages réalisés – partage de contenus, veille, réseautage, conversations, participation à un *live tweeting*, sollicitations des pairs etc. – que dans les représentations de ces usages. Si l'évocation de passion voire des *private jokes* emplissent les *timelines*, le sérieux, la volonté d'afficher un niveau d'expertise élevé par la qualité de ses tweets prédomine, dans un mélange professionnel-personnel reflétant à la fois la personnalité et les compétences professionnelles de l'usager. Plusieurs dimensions de la déconnexion aux technologies de communication permettent de comparer pour éventuellement différencier ces formes de déconnexion volontaire. Les dangers d'une connexion non maîtrisée liés à « ce nouvel impératif à l'immédiateté télécommunicationnelle » (Jauréguiberry, 2005) ont été largement évoqués par ces usagers. « Focalisées sur la réaction aux sollicitations immédiates, personnes et structures courent en effet le risque de perdre tout pouvoir stratégique au profit de pures tactiques d'adaptation à un environnement qu'elles ne maîtrisent plus » (Jauréguiberry, 2014). Les formes de déconnexion volontaire font partie intrinsèquement des pratiques professionnelles de Twitter car comme le reconnaissent une grande majorité d'informateurs, « on ne peut pas faire que ça » (Paul) or comme nous le détaillerons *supra*, ces actions, ces tactiques prennent des formes plus ou moins maîtrisées de gestion des temps de connexion/déconnexion à Twitter. Tout l'enjeu *a priori* consiste à articuler des temps de déconnexions volontaires afin de réaliser les activités, les tâches professionnelles et des temps de présence en ligne dans le but de bénéficier des atouts de ce dispositif en termes de visibilité, de travail de son e-réputation, d'affichage de son expertise ou encore d'employabilité.

Dans un cadre professionnel, Francis Jauréguiberry rappelle également que les pratiques de déconnexion demeurent, dans l'écrasante majorité des cas, individuelles (ibid.). La question de l'autonomie des individus est donc directement posée. Les professionnels de la visibilité bénéficient d'une forte autonomie dans la gestion de leur présence en ligne et par conséquent des possibilités de déconnexion même si d'autres contraintes existent. Ils ne ressentent pas d'obligation de connexion permanente, même pour les comptes qui visent à fidéliser une audience sur quelques thèmes donnés. Dans une conception reprenant les codes des médias de masse, une obligation de rendez-vous réguliers, d'être présent, non pas forcément immédiatement comme nous le pensions mais rapidement pour traiter d'un sujet d'actualité, est intériorisée. En effet, comme l'indique Alexandre, parmi ses abonnés « il y a des gens qui attendent, qui ne vont pas attendre mes tweets mais des tweets ». Néanmoins, concernant l'autonomie des individus vis-à-vis d'une obligation de connexion permanente, un métier semble relever d'une sorte d'exception parmi les professionnels de la visibilité : les gestionnaires de communauté. Pris dans l'idéologie de l'immédiateté communicationnelle (Stenger et Coutant, 2011), ils sont ceux pour qui les formes de déconnexion volontaire posent le plus de problème. Cette idéologie de l'immédiateté particulièrement forte chez les gestionnaires de communautés illustre comment les formes de déconnexion volontaire sont étroitement liées aux enjeux professionnels de tels ou tels métiers. Volontaires, liés à des enjeux professionnels et demeurant individuelles, les formes de déconnexion de Twitter sont également

partielles, ponctuelles, provisoires et cachées.

Des déconnexions volontaires, partielles, ponctuelles, provisoires et cachées

Les formes de déconnexion consistant à couper le service Twitter ou à ne pas le consulter alors qu'il reste ouvert sur les différents terminaux de consultation (ordinateurs ou *smartphones* lors de l'enquête) relèvent d'une forme volontaire, correspondant à une conception du dispositif en tant que flux ininterrompu de messages. De ce fait, les usagers assument parfaitement l'idée de « rater » des informations. Il n'y a pas de crainte, de peur de passer à côté d'une information essentielle, sentiment traduit par l'acronyme FOMO (*Fear of Missing Out*) évoqué par Francis Jauréguiberry, car ces usagers ont à la fois intériorisé l'impossibilité de tout suivre mais aussi ont expérimenté la reprise d'informations essentielles dans leur *timeline* par différentes sources, à différents moments de la journée.

Je sais que je rate des choses [...] pas d'addiction. Je sais que c'est un flux, ça passe. [...] Je n'ai pas cette angoisse de passer à côté du tweet mais je sais qu'il y en a plein que je ne lis pas (Nicolas).

Je ne remonte pas, c'est pas grave. [...] On prend ce qui est à prendre. Il ne faut pas regretter de n'avoir pas vu ce qui est passé avant (Cécile).

Si une information est essentielle, elle sera reprise (Guillaume).

La dimension partielle de la déconnexion se traduit principalement par une absence de publication alors que persiste la consultation des messages.

Rarement le soir chez moi, consultation mais pas publication. Parce que aussi, j'ai une vision professionnelle de Twitter (Nicolas).

Le week-end, je ne publie pas d'infos. Une photo... mais je ne suis plus la même personne... pas même contrainte le week-end (Alexandre).

La déconnexion et en corollaire la connexion sont également ponctuelles. Il apparaît ainsi que les marqueurs temporels classiques délimitant les cadres temporels du travail et du hors-travail sont encore très présents (le soir, le week-end, les vacances). Ayant une conception professionnelle de Twitter, ces usagers l'utilisent principalement lors des horaires de travail ou lors de « temps morts » dans la journée. Deux profils d'usagers semblent ainsi se dessiner. D'un côté, la très grande majorité organise des périodes de consultation assez régulières dans la journée, s'inscrivant ainsi dans une vision de rentabilisation des périodes consacrées au suivi et/ou à la publication des messages. D'un autre côté, certains usagers restent connectés en continu ou presque, avec plus ou moins d'attention, faisant varier des périodes de connexion attentive, en suivant la moindre des alertes et des périodes de suivi « en dilettante ». Ces usagers laissent ainsi beaucoup plus la place au hasard, à la surprise, à l'imprévu.

Cette semaine je ne vais pas tweeter... je vais partir en vacances (Pierre).

Quand j'ai des temps morts dans mon agenda pro (transport, salle d'attente chez un client, ne fait rien). [...] En ce moment, je prends le train pour aller bosser. Dans le train, tu peux lire un peu... mais si tu n'as pas ça, c'est du temps de perdu. Là, ça te donne quand même... c'est rentabilisé (François).

J'ouvre le Tweetdeck 2 ou 3 fois dans la journée, plutôt sur des moments creux pour voir ce qu'il se passe. [...] Ensuite, dès que j'ai un temps libre, train, métro, c'est plus là (Paul).

Une partie de veille, très tôt le matin et ensuite en dilettante mais ça dépend de la matinée et sur l'après-midi, je suis toujours présente mais de manière moins intense, puis plus intense en fin de journée (Cécile).

La déconnexion présente ensuite une dimension provisoire, laquelle peut poser problème au niveau de la relation créée via Twitter. En effet, si la déconnexion provisoire provoque le plus souvent l'oubli de l'abonnement, l'incertitude de sa durée, le caractère provisoire qui se prolonge peut conduire à décider de se désabonner or le désabonnement s'avère être un acte difficile pour de nombreux usagers. Le risque de désabonnement amène certains usagers à prévenir leurs abonnés de leur absence provisoire. Cette précaution est particulièrement prise par les comptes qui suivent des stratégies de publication et de création d'une audience. Ces considérations sont néanmoins battues en brèche par les usagers qui pratiquent le *mass unfollow* (désabonnement massif), lequel consiste à réaliser des campagnes d'abonnements tout azimut pour obtenir des abonnements en retour, puis des actions de désabonnements toutes aussi massives, afin d'augmenter le ratio abonnés sur abonnements. Si cette pratique a été constatée pendant l'observation participante ou présumée à la suite de la vérification de plusieurs indices (ratio abonnés sur abonnements très élevé, reprise de l'historique des abonnements et désabonnements sur les derniers mois), elle n'a fait l'objet que d'allusions lors des entretiens.

Pour les vacances, je préviens (Alexandre).

[600 abonnements est-ce gérable ?] C'est gérable car beaucoup ne parle plus. Comment faire le ménage car certains ont pu partir en vacances et pourquoi les virer après 2 mois... (Michel).

Certains font la course à l'audience. Tu vois des mecs en 15 jours, ils ont 5000 *followers*. Ils ont utilisé une bidouille pour capter du *follower* (François).

Enfin, la déconnexion peut être cachée, notamment par des gros comptes qui ont mis en place une stratégie de fidélisation ou des comptes associés à une organisation. La présence en ligne, marquée par des publications, ne signifie pas forcément une présence physique de l'individu derrière son écran, au moment de l'envoi d'un message. Cette présence peut être programmée, brouillant une délimitation claire entre cadres temporels de travail et hors-travail.

Pendant que je n'étais pas là, le compte a travaillé tout seul (Alexandre).

Je me suis mis en place un process, une routine, c'est très important. 8h30 en partant au boulot, puis publication automatique 1 ou 2, 2 autres à midi, et le soir 1 automatique (Henri).

Ces dimensions partielles, ponctuelles, provisoires, cachées des formes de déconnexion volontaire de Twitter renvoient à l'importance des enjeux professionnels sous-jacents. A titre individuel, la visibilité et la veille sont les deux enjeux professionnels majeurs, que l'individu soit hyperconnecté c'est-à-dire connecté en continu ou qu'il ait une relation plus distanciée au dispositif, cherchant surtout à développer une présence en ligne. Cette recherche de visibilité et la veille dans sa dimension de partage participent d'une tentative de maîtrise de son e-réputation, d'une quête d'affichage d'une expertise et du maintien de l'employabilité de l'individu.

La veille et la visibilité : deux enjeux professionnels majeurs

La veille est une activité essentielle de ces métiers. Elle répond à leur instabilité, aux changements fréquents, aux annonces inattendues, aux actualités qui rythment ces professions. Avec Twitter, la veille et le partage de celle-ci ont profondément été renouvelés (Desbief, 2011).

Pendant une période, arrêt de la veille par moi-même. Plus dans le cadre de discussion dans la vie réelle or la veille est un élément décisif dans notre métier (Paul).

J'ai une centaine de recherches qui tournent en permanence que j'ai toujours eue car c'est le métier qui veut ça. Tu surveilles ça (François).

J'ai abandonné les flux RSS car trop d'infos. Besoin d'outils pour tri par rapport à la masse

ou autres outils via des systèmes de recommandation, type Twitter, qui qualifient l'info (Arnaud).

L'injonction à la visibilité est constitutive de cette profession que nous avons appelée professionnels de la visibilité. La visibilité apparaît comme une condition pour être reconnu en tant qu'expert par des individus ou des organisations, qu'ils soient des pairs, des clients ou les médias, sources d'opportunités d'affaire. Dans la phase actuelle de structuration du marché, l'enjeu est essentiellement économique pour ce groupe professionnel (Dubar, Tripier, Boussard, 2011). L'architecture technique² d'un dispositif comme celui de Twitter, entendue principalement comme design de l'interface et fonctionnalités proposées intègre un ensemble de suggestions de comptes, de mises en visibilité des échanges, transformant ce dispositif en un véritable système de recommandation (Domenget et Coutant, à paraître). Ainsi, l'enjeu de visibilité est inscrit dans le dispositif même de Twitter, expliquant en partie son succès auprès des professionnels de la visibilité et participant d'une définition de leur identité professionnelle.

Si je me dis, je suis professionnel du web, je dois donner de la visibilité à mes compétences, mon expertise (François).

Dans un cadre professionnel, on ne peut pas se contenter d'avoir uniquement un compte Twitter pour créer de la visibilité (Henri).

Toute forme de déconnexion volontaire vient à l'encontre de ces enjeux professionnels que sont la veille et la visibilité sur Twitter. Pourtant, la veille comme la visibilité sur Twitter ne peuvent être des objectifs pour eux-mêmes. Ils sont des moyens pour un professionnel de la visibilité d'atteindre d'autres objectifs qui consistent à construire son e-réputation, à afficher son expertise et à développer son employabilité.

La tentative de maîtrise de son e-réputation

La visibilité est un pré-requis à la tentative de maîtrise de son e-réputation. L'e-réputation peut être définie comme une construction instrumentalisée de la réputation, issue d'un ensemble d'évaluations, produit principalement à partir d'activités constituant la présence en ligne et participant à la sociabilité en ligne. Aujourd'hui, pour de nombreux professionnels, leur réputation passe par des dispositifs qui agglomèrent à la fois des logiques de participation (activités d'intervention des publics sur les contenus et dimension relationnelle), des logiques de recommandation (proposition de contenus et suggestion d'abonnements) et des logiques de jugement (classements et votes) (Domenget, à paraître). Dans une vision sociologique, « la réputation peut être définie comme une représentation sociale partagée, provisoire et localisée, associée à un nom et issue d'évaluations sociales plus ou moins puissantes et formalisées » (Chauvin, 2013, p.132). Cette définition peut être complétée par cinq grandes questions analysées par les approches sociologiques de la réputation : l'idéologie de la réputation, le travail réputationnel, la question de la bonne et de la mauvaise réputation, les espaces et temporalités de la réputation et la circulation de la réputation entre entités (ibid.).

L'étude effectuée montre que si les formes de déconnexion volontaire de Twitter sont partielles, ponctuelles, provisoires et cachées, c'est en grande partie en raison du travail réputationnel qu'effectuent les professionnels de la visibilité. Ce travail réputationnel passe par une diversité de pratiques : la veille (via notamment le suivi de mots clés ou #³, de comptes ou des recherches), le partage de cette veille, la notification d'un article sur un blog, la curation dans le sens de tri

2 Nous nous appuyons sur la grille d'analyse sociologique des médias sociaux proposée par Serge Proulx (2012) : l'architecture technique, la structure des interactions sociales qui s'y déroulent, l'expérience utilisateur du site et la qualité de la contribution de l'utilisateur dans l'univers numérique.

3 Le # ou hashtag est un élément de classification des messages autour d'un mot clé.

documentaire, la prescription voire la recommandation (à travers les retweets ou RT et autres citations ou @⁴), le réseautage, la participation à des événements (sous forme de *live tweeting*), l'entrée en relation ou les sollicitations (à travers les messages privés ou DM⁵), sans oublier les « usages récréationnels ». En parallèle, de nouvelles formes de circulation de la réputation apparaissent. Elles se mettent en place entre organisations et individus ainsi qu'entre individus connectés entre eux, à partir notamment de la visibilité qu'ils acquièrent, au sein des collectifs auxquels ils appartiennent. En effet, l'e-réputation est très transitive. Les arènes, cercles, espaces dans lesquels interviennent les professionnels sur Twitter sont des dispositifs de recommandation, de classements, de votes qui se révèlent être surtout des accélérateurs d'abonnements pour les comptes déjà visibles. Face à cette prime aux chiffres, la profession fait preuve d'auto-réflexivité, de sens critique sur les mécanismes utilisés pour acquérir rapidement une e-réputation, celle-ci étant alors basée principalement sur la force de conviction des chiffres. Il est également marquant de constater que l'idéologie de la réputation, reposant sur la croyance que la réputation est le reflet d'une qualité persiste en opposition des visées purement stratégiques recherchant l'efficacité dans la construction de son e-réputation. Cette auto-réflexivité et la persistance des traits d'une idéologie de la réputation traduisent une recherche de reconnaissance des compétences professionnelles.

Mon compte est estampillé... Je suis identifiée comme une personne responsable du Web mais dans une entreprise. [...] Ça engage mon rôle au sein de ma structure et ces frontières là, sont présentes. [...] On fonctionne tous avec nos groupes et nos centres d'intérêts. On est en circuit fermé quand même, même si on essaye de l'ouvrir à des milliers de personnes. Les réseaux sociaux, ça reste de la recommandation entre des personnes qui ont les mêmes centres d'intérêt. Ça peut vite tourner comme ça... (Cécile).

Quand je participe à un événement, je partage beaucoup ce que je trouve pertinent avec ceux qui me suivent. J'ai tous mes concurrents, la presse... ça me donne beaucoup d'attention et d'autorité (Anne).

La figure de l'expert et le maintien de son employabilité

Ces trois enjeux professionnels (visibilité, partage d'une veille, construction puis tentative de maîtrise d'une e-réputation) permettent à l'individu de se positionner en tant qu'expert et de maintenir son employabilité. La figure de l'expert peut être considérée comme la figure de proue du paysage réputationnel (Origgi, 2007) des professionnels de la visibilité sur Twitter. Si la notion d'« influenceur » est critiquée par les informateurs eux-mêmes qui en soulignent les limites, celle de l'expert participe d'un processus de singularisation, dont le premier enjeu est de se différencier, d'atteindre ce statut d'expert et d'acquérir un nom. Cette quête d'expertise connaît actuellement un renouveau, à travers sa mise en visibilité, relevant de l'essor de ces « dispositifs communicationnels qui l'exposent publiquement » (Léglise et Garric, 2012, p.2). Cette évolution conduit ainsi à l'instrumentalisation des pratiques précédemment analysées, à l'importance prise par les classements et pose plusieurs questions dont celle de l'instance d'évaluation qui donne la qualité d'expert (les pairs et les médias principalement), celle des objets d'expertise ou encore celle de son espace de pertinence.

Le travail réputationnel participe pleinement de l'employabilité de ces professionnels. La mise en avant d'une expertise permet de fidéliser les clients et de maintenir une employabilité. En effet, la forte autodidaxie, les parcours professionnels divers, la mise en place souvent récente de formations universitaires reconnues par la profession rendent nécessaire le besoin de donner de la visibilité à leurs compétences, de faire reconnaître leurs qualités professionnelles, seul gage à titre individuel

4 Le RT ou retweet consiste à reprendre un message précédent pour le partager, tandis que le @ ou citation correspond à un message citant un autre compte.

5 Les DM ou messages directs concernent l'envoi de messages privés entre deux comptes abonnés réciproquement.

comme collectif, du maintien d'une employabilité. Pour les professionnels de la visibilité, si l'évangélisation du marché participe à la pérennité des métiers, ils doivent évaluer leur employabilité, ce « capital personnel que chacun doit gérer et qui est constitué de la somme de ses compétences mobilisables » (Boltanski et Thévenot, 1991, p.156), en se situant vis-à-vis de leurs pairs et des autres métiers de la communication. L'enjeu est directement celui d'une crédibilisation des compétences et d'un affichage de son expertise.

1 : tu montres que tu te tiens au courant de ce qui se fait, que tu utilises les outils de manière assez pointue. 2 : quand tu fais des commentaires intéressants, que tu mets l'actualité en perspective, tu émetts déjà un avis et tu montres là, vraiment de l'expertise (François).
Mon employeur m'a recruté pour mes compétences et ma visibilité (Nicolas).
Je considère Twitter, un peu plus pro que Facebook. Toujours besoin de monter en compétences sur le marché du travail, Twitter permet de le faire (Arnaud).

L'importance de ces enjeux professionnels de visibilité, d'e-réputation, de reconnaissance d'une expertise, d'employabilité explique pourquoi les formes de déconnexion volontaire ne peuvent être que partielles, ponctuelles, provisoires voire cachées. Pour préciser ces formes de déconnexion, les temporalités en jeu constituent un angle d'analyse privilégié que nous proposons d'étudier.

TENSIONS ENTRE LES TEMPORALITÉS ET FIGURES D'USAGERS

Dans son analyse des formes de déconnexion volontaire aux technologies de communication, Francis Jauréguiberry a souligné l'importance que les informateurs accordent au thème du temps dans leur motivation à se déconnecter. Face à une obligation professionnelle, statutaire ou relationnelle, de traitement d'informations et de sollicitations non attendues, « un temps déconnecté en vient à être revendiqué. Un « temps à soi » dans lequel l'individu peut retrouver ses propres rythmes, le sens de la durée et de l'attente, de la réflexion et de l'attention » (Jauréguiberry, 2014). Nous souhaitons poursuivre cette analyse des tensions qui existent entre des cadres temporels rigides, une culture temporelle marquée par le « culte de l'urgence », un idéal de milieu temporel souple, changeant, modifiable difficile à atteindre et une capacité inégalement répartie à réussir son équation temporelle personnelle, c'est-à-dire à se préserver un temps à soi. En effet, les temporalités, en sciences humaines et sociales (Dubar et Rolle, 2008), comme dans les sciences de l'information et de la communication (SIC) (Jaëcklé, 2001) sont à aborder dans leur multiplicité, leur pluralité mais aussi comme instruments d'intelligibilité des phénomènes humains. Il s'agit là d'un des attraits majeurs d'une approche « temporaliste », encore trop peu suivie en SIC. Ainsi, pour analyser les formes de déconnexion volontaire de Twitter des professionnels de la visibilité, nous suivons la proposition de Michel Lallement (2008) de construire une « grammaire des temporalités », à partir de l'héritage sociologique de William Grossin (1996). Quatre concepts vont nous aider à analyser ces tensions entre temporalités en jeu : les cadres temporels, le milieu temporel, la culture temporelle et l'équation temporelle personnelle. Ce cadrage théorique nous permettra de proposer une typologie des figures d'utilisateur, en fonction de leur manière de résoudre leur équation temporelle personnelle et des formes de déconnexion volontaire qu'elles privilégient.

La difficile articulation des cadres temporels

Les pratiques de connexion/déconnexion de Twitter sont marquées à un niveau individuel par la difficile articulation des cadres temporels d'usage de Twitter avec ceux au travail. La notion de cadres temporels présente de nombreuses caractéristiques (rigidité, coercition, régularité etc.).

La notion de cadre temporel distingue un temps enfermant – la géométrie – de temps

enfermés – ceux de la substance. Le temps enfermant est un temps reconnu, accepté comme référence et convention. Les temps enfermés ne se découvrent qu'à l'exercice. Ils se révèlent parfois inattendus, quelquefois surprenants dans leurs configurations comme dans leurs effets. Ou bien ils renforcent les barrières qui séparent le cadre temporel des temps qui lui sont extérieurs, ou bien ils génèrent à leur rencontre une potentialité conflictuelle (Grossin, 1996, p. 24).

Caroline Datchary et Gérald Gaglio proposent d'étudier l'hétérogénéité temporelle dans les organisations afin de mieux documenter ces conflits et le « travail d'articulation temporelle » réalisé par les individus (2014). Ces chercheurs invitent à « étudier le temps en usage », à considérer que les cadres temporels ne sont pas seulement hérités mais façonnés par les pratiques et qu'ils façonnent en retour les pratiques, en s'appuyant à la fois sur des dispositifs et des constructions d'acteurs. Notre étude s'inscrit dans cette voie, en cherchant à préciser « le travail d'articulation temporelle » lors des usages de ce dispositif qu'est Twitter, au sein de pratiques professionnelles. Pour les usagers cherchant à avoir une gestion active et avisée de leurs pratiques de Twitter, trois figures d'articulation avec leurs autres activités professionnelles ou personnelles semblent prédominer : la concurrence, l'alternative et l'association. Ces dernières font partie d'un ensemble de cinq figures avec la substitution et l'agglomération qui ont été définies par Gisèle Bertrand, Gérard Derèze et Pierre-Alain Mercier concernant les modes d'articulation des pratiques télévisuelles avec les autres activités de la vie quotidienne (1995). Si les deux premières figures traduisent l'impossibilité de mélanger d'autres activités avec le suivi du flux de Twitter, conduisant à des périodes de déconnexion, l'association donne lieu à des « temps mixtes » venant au contraire renforcer les usages d'un tel dispositif. La situation de concurrence se concentre lors d'activités nécessitant un degré d'attention et de concentration maximal. Elle se traduit par une phase de déconnexion volontaire pour éviter les sollicitations liées aux diverses formes d'alerte. L'alternative s'exprime souvent de façon projective, par un « soit », « soit » qui laisse une marge de manœuvre. Il faut soit prendre le temps de se plonger dans le flux soit renoncer rapidement à consulter la masse d'information disponible. Quant à l'association, elle permet de combiner d'autres activités (échanger avec des collègues, participer à une réunion, partager un repas en famille) avec les usages de Twitter. Ces activités sont les mêmes que d'autres usagers perçoivent comme étant inconciliables.

Quand tu as 2000/3000 personnes, ça bombarde dans tous les sens. C'est fugace (Noël).
Ça m'arrive de le fermer quelques fois par jour pour une question de concentration [...] Il y a déjà tout un tas de choses, d'interactions sociales avec la famille etc. Ajouter sa présence en ligne... C'est pour ça que je les chevauche, sinon on ne ferait rien, on ne travaillerait pas. [...] Il s'agit d'une question d'être multitâche. Quand je téléphone, je tweete. Quand je suis en réunion, je tweete (Cécile).

L'idéal d'un milieu temporel souple, changeant, modifiable

Le concept de milieu temporel se détache de celui de cadre temporel. « Un milieu temporel est un assemblage de plusieurs temps » (Grossin, op. cit., p.40). Ces assemblages temporels sont par nature beaucoup plus souples, changeants, modifiables. Il relève d'un idéal, libéré des contraintes de cadres temporels trop rigides. Analyser les usages d'un dispositif comme Twitter, en termes de milieu temporel, c'est accepter les variations, les changements, la fragilité des usages (Domenget, 2013). Dans la vie d'un individu, en suivant sa trajectoire biographique, les usages de Twitter vont connaître des fluctuations dans l'intensité d'usage. D'une manière générale, l'intensité varie selon les saisons, le rythme des activités associées mais aussi de manière plus singulière, en fonction de la trajectoire professionnelle des usagers. Les usagers les plus intensifs se retrouvent parmi les professionnels entrant sur le marché du travail ou en phase de reconversion. L'idée de souplesse, d'ouverture, d'extension liée aux milieux temporels traduit la liberté expérimentée en phase de

construction d'usages, avant que des normes plus rigides ne viennent les structurer.

J'aime beaucoup ce côté expérimentation de la chose. Aller se plonger et après changer, pourquoi pas (Cécile).

On est dans le test dans le digital (Noël).

Au début, beaucoup de test. J'ai vu qu'on pouvait faire plus que de la veille, du sourcing intelligent, on pouvait échanger tout simplement. Depuis décembre, mon utilisation devient plus intensive et conversationnelle (Pierre).

La souplesse, le changement, la liberté sont à rechercher dans les significations d'usages projetées et associées. L'utilisateur investit en effet le dispositif de significations subjectives (projections, associations) (Mallein et Toussaint, 1994). Dans le cas de Twitter, les évolutions régulières du dispositif, avec l'intégration par exemple d'un classement des comptes par listes ou les modifications de l'architecture technique du service ont été des facteurs de déstabilisation des usages. Néanmoins, la fragilité de ces derniers est beaucoup plus à rechercher dans l'évolution des significations d'usages projetées et associées (importance fluctuante donnée à l'extension du réseau, impératif de visibilité plus ou moins fort selon les objectifs visés, souplesse octroyée dans l'activité chronophage d'entretien des conversations etc.). Cette souplesse rentre en conflit avec des normes de présence liées à des cadres temporels du travail. L'exemple des absences autorisées, consenties, illustre bien les limites rencontrées dans les possibilités de déconnexion sur la durée.

Le week-end, je ne publie pas d'infos. [...] Oui, je peux m'absenter quelques jours, deux semaines ce n'est pas possible (Alexandre).

Une culture temporelle marquée par une urgence généralisée

Les cultures temporelles façonnent des représentations communes, des manières de faire, de sentir et d'agir. « Nous recevons de la société, comme tant d'autres idées et valeurs, une culture temporelle toute faite » (Grossin, op.cit., p.45). Il s'agit d'un ensemble de modèles, de normes, de valeurs concernant les temps sociaux. Ces dernières années, un des diagnostics marquant de la culture temporelle dans les sociétés occidentales a été de la caractériser comme envahit par une urgence généralisée (Aubert, 2003). « Le temps est économiquement devenu un enjeu dont l'urgence mesure l'importance » (Jauréguiberry, 2003, p.55). Nous retrouvons les mêmes risques d'accélération des rythmes, d'injonction à une réaction immédiate et les mêmes difficultés de gestion du temps, dans le temps réel régnant sur les usages de Twitter. Seules les formes de déconnexion volontaire repérées permettent de s'en prémunir.

Concomitant au temps réel, analysé comme cadre temporel des usages de Twitter, deux régimes d'attention, parmi ceux distingués par Dominique Boullier (2012), rendent difficile l'articulation entre les différentes temporalités et les formes de déconnexion volontaire : l'alerte et l'immersion. L'alerte relève d'un régime centré sur l'intensité. « Fugace », « éphémère », focalisée sur l'instant, l'attention-alerte demande une appropriation cognitive afin de ne pas se déconcentrer totalement et de pouvoir « attraper des choses au vol ». Régime d'attention dominant de Twitter, elle s'oppose à l'immersion qui illustre une forte irréversibilité (autre dimension temporelle) (ibid.) car elle demande du temps pour être expérimentée pleinement. Le système d'alerte est fondamentalement perturbateur, il déconcentre. Immersive, l'expérience de Twitter peut toucher à l'addiction, à un énorme désir d'advenue (Jauréguiberry, 2014).

Toujours ouvert, système d'alertes. Ça arrive comme ça. Ça perturbe un peu mais on peut s'y habituer. Ça me permet d'attraper des choses au vol (conversation, débat) et de m'arrêter dans l'activité pour m'y intéresser. [...] Besoin de tweeter. C'est une drogue dure [rire]. C'est addictif (Cécile).

Face à ces deux régimes de l'alerte et de l'immersion qui encadrent les usages de Twitter, le régime de la projection permet le mieux de réaliser une équation temporelle personnelle, appelée de ses vœux par William Grossin. La projection traduit la volonté de projeter ses propres cadres et modèles sans se laisser affecter par d'autres éléments.

La difficulté de résoudre son équation temporelle personnelle

La vie personnelle et sociale subit les effets d'un environnement temporel trop fabriqué. Elle trouverait bénéfice à reconnaître et protéger des milieux temporels composés de temps naturels, autonomes, reliés entre eux, désencombrés des cadres temporels trop nombreux, trop rigides, trop clos. Il appartient à l'écologie temporelle de montrer qu'il est possible de réaliser des ajustements meilleurs que ceux qui résultent d'imprévoyances et de conjonctions aveugles (Grossin, op. cit., p. 52).

L'étude montre que la déconnexion volontaire est la seule manière pour respecter son équation temporelle personnelle (Grossin, op. cit., pp. 121-156). Il n'est pas possible de le faire en restant connecté en permanence. Immergé dans le flux de messages ou subissant les alertes continues, l'utilisateur hyperconnecté ne peut articuler les variables de son équation temporelle personnelle : perte de repères (orientation temporelle), vision à court terme (horizon temporel), indisponibilité aux autres (disponibilité), inorganisation temporelle (gestion temporelle), état amorphe (création temporelle). Certes, même les usagers les plus proches de ce profil hyperconnecté peuvent réussir à garder des repères, à développer des projets à plus long terme, à rester disponible aux autres (multi-activité) mais le rythme effréné du dispositif rend quasi impossible la production de temps personnels et une distanciation permettant la réflexion, la mise en place d'une stratégie. Cette question du rythme permet d'appréhender les manières avec lesquelles les usagers réussissent à articuler les différentes temporalités discordantes et oscillatoires de leurs activités professionnelles. A l'image des professionnels au sein d'organisations productives, les professionnels de la visibilité :

tendent ainsi de conquérir puis de préserver, avec souvent une grande difficulté, un tempo pour eux-mêmes et pour les collectifs auxquels ils contribuent, afin de garder une certaine maîtrise de leur activité et une forme de cohérence identitaire : un temps à soi, un « temps propre » pour parler comme H. Nowotny (1992), mais ici endogène à la pratique professionnelle, qui nécessite un apprentissage et se cristallise dans des savoirs qui s'actionnent dans des situations (Datchary et Gaglio, 2014, p. 11).

En effet, comme l'avait souligné Helga Nowotny (1992), face à l'intensification de la vie professionnelle et la pression croissante du temps, de nombreuses remarques recueillies dans notre étude relèvent d'une revendication d'une préservation d'un temps à soi, d'une exigence de respect du droit de se déconnecter partiellement, ponctuellement, provisoirement.

En 95, les fournisseurs nous donnaient des infos : netiquette de 95 et n'oubliez pas de couper votre ordinateur, de sortir... Ça a marqué toute une génération (Paul).
Cette semaine je ne vais pas tweeter... ça va baisser forcément, [...] je vais partir en vacances, j'ai le droit mais Klout lui il s'en fiche, pour lui, c'est simplement l'activité sur une période donnée (Pierre).

Cette question de la revendication d'un temps à soi peut être éclairée par le concept d'équation temporelle personnelle proposée par William Grossin. Propre à chaque individu mais relevant d'appartenance commune et de comportements collectifs, l'équation temporelle personnelle permet d'interroger les interactions entre une équation interne, communément évoqué comme des traits de

personnalité (invariants fondamentaux comme l'appartenance à un groupe social, l'âge, l'éducation, les pratiques sociales etc. et variables, capables de réorganiser l'architecture interne de l'état temporel de l'être) et une architecture externe (milieu temporel plus ou moins assujéti à des cadres temporels rigides). Les formes de déconnexion volontaire de Twitter qui se font jour dans ce groupe professionnel questionnent les conditions de réussite d'une équation temporelle personnelle. Ce cadrage théorique permet de proposer une typologie des figures d'utilisateur en fonction de leur manière de résoudre leur équation temporelle personnelle et des formes de déconnexion volontaire qu'elles privilégient.

Trois figures d'utilisateur

L'analyse des tensions entre temporalités en jeu dans les formes de déconnexion volontaire analysées permet de proposer une typologie distinguant trois figures-types d'utilisateur. Cette typologie rassemble quatre critères principaux : le critère principal d'une équation temporelle, le mode de gestion des temporalités, la forme dominante de déconnexion et le régime d'attention vécu. D'autres critères peuvent être évoqués afin de préciser le profil : l'enjeu de visibilité et le type de relations construit.

Figures d'utilisateur	« Rentabiliste »	« Immersée »	« Équilibrée »
Critère principal d'une équation temporelle	Cadres temporels	Milieu temporel	Culture temporelle
Mode de gestion des temporalités	Maîtrise	Imprévu	Équilibre
Forme dominante de déconnexion	Ponctuelle voire cachée	Partielle voire physiologique	Provisoire
Régime d'attention vécu	Stratégie de fidélisation	Immersion	Alerte
Enjeu de visibilité	Une source de trafic	Au cœur de la présence en ligne	Une source parmi d'autres
Type de relations construit	Stratégique	Authentique	Conversationnel

Tableau n°1 : Trois figures d'utilisateurs professionnels de Twitter

La première figure d'utilisateur peut être qualifiée de « rentabiliste ». Ces utilisateurs vont réaliser des actions de connexion/déconnexion marquées par la rentabilité, l'efficacité à tout prix etc. Leur attitude générale relève d'une mise à distance du dispositif, de ses cadres temporels, suivant un idéal de connexion maîtrisée. Les périodes de connexion correspondent plus à une programmation de leur présence qu'à une consultation de leurs comptes. Certains ne lisent ni ne répondent aux sollicitations. Par une sorte de renversement dans le couple connexion/déconnexion, leur connexion se révèle être ponctuelle et la déconnexion majoritairement cachée. Ils entretiennent une sorte d'illusion de présence continue, en étant comparativement aux autres utilisateurs les moins présents physiquement. Suivant un modèle d'animation de leurs comptes relevant des médias de masse, ils vont développer une stratégie de fidélisation d'une audience autour de thèmes précis. Pour ce type d'utilisateurs, leur compte Twitter est le plus souvent une source de visibilité et de trafic d'un autre espace en ligne, notamment un blog. Très proche des « micro-célébrités » distinguées par Marwick et Boyd (2010) pour lesquelles apparaître authentique est juste un facteur de succès d'une stratégie

visant à engager leur public, « l'utilisateur rentabiliste » programme, instrumentalise voire industrialise sa présence en ligne. L'instrumentalisation, l'outillage de la disponibilité et de la visibilité et encore plus l'industrialisation répondent à une recherche pour cet usager stratège d'une gestion temporelle efficace de ses usages de Twitter. Ces pratiques font partie d'une culture professionnelle du marketing qui vise à massifier les actions.

Pour les gens, tu es présent. Il n'imagine pas que tu es présent sans y être réellement. Alors que c'est faux (René).

La seconde figure d'utilisateur, désignée comme « immergée » se caractérise par un plaisir assumé jusqu'à une certaine limite, celle du risque du *burn out*. A l'opposé de la précédente figure, celle-ci a une approche de la gestion temporelle de ses usages de Twitter qui laisse beaucoup plus la place à l'imprévu, à la rencontre, modifiant les conditions de déconnexion. Ne recherchant pas simplement des opportunités professionnelles, cet usager apprécie de faire des rencontres humaines, de mêler les dimensions professionnelles et personnelles dans les relations médiées par ce dispositif. Dans cette approche, la déconnexion impliquant une absence physique lors de l'entrée en relation ou d'une demande d'échange rend impossible l'instauration d'une véritable relation. L'« usager immergé » s'investit tout entier dans la relation. Twitter est souvent au cœur de sa présence en ligne. L'« usager immergé » souffre ! Il souffre de ne pouvoir respecter la souplesse, la richesse d'un milieu temporel détaché des contraintes du dispositif. Il souffre car son idéal d'authenticité dans les relations créées via ce dispositif est galvaudé par l'« usager rentabiliste » qui ne feint l'authenticité que dans une visée stratégique. Immergé dans le flux de messages, ses déconnexions sont partielles voire même de nature physiologique.

Je me couche avec Twitter, je me lève avec Twitter (Cécile)

Je m'aperçois que j'ai plus de plaisir à rendre service, à rencontrer des personnes qui ne sont pas des experts... (Nicolas).

La troisième figure d'utilisateur, désignée comme « équilibrée » est marquée par une recherche d'équilibre entre cadres, milieux et culture temporels, le plus souvent en poursuivant l'idéal évoqué de connexion maîtrisée. Cette figure d'utilisateur se situe entre les deux précédentes, entre authenticité et stratégie. L'objectif de cet usager dans ses usages de Twitter est d'adapter la culture temporelle marquée par l'urgence généralisée afin de la faire coexister avec les cadres temporels rigides et les milieux souples, changeants, modifiables. Cette recherche d'équilibre s'illustre par des formes privilégiées de connexion/déconnexion ponctuelles et provisoires. Dans son modèle de connexion maîtrisée, l'« usager équilibré » va mettre en place des périodes de connexion fixe, tout en étant sensible aux alertes qu'il aura paramétrées. Sa présence sur Twitter est importante mais elle est une source de présence numérique parmi d'autres. Souvent cette figure d'utilisateur a enrichi ses pratiques de Twitter en intégrant les conversations, après une phase surtout stratégique sur le modèle de « l'utilisateur rentabiliste ».

Tweetdeck, lancé constamment mais pas consulté tout le temps. Autour de 4 reprises dans la journée. Le temps que je vais y consacrer dépend de l'importance des échanges mais c'est cadré : 20 minutes le matin, 40 minutes le soir (Arnaud).

Branché toute la journée mais en fil rouge. Utilisation d'un client qui me permet de jeter un œil (par exemple : 30 secondes toutes les 10 minutes), voir ce qui s'y passe. Par moment, pas le temps, vu la masse de travail. Parfois plus de temps, cliquer sur quelques liens (Guillaume).

Important, car d'un point de vue business par rapport aux marques, on est dans la conversation, il faut rester dans l'authenticité. On ne va pas faire du massif (Noël).

CONCLUSION

Les formes de déconnexion volontaire dont il est question dans les usages professionnels de Twitter renvoient moins aux dimensions existentielles analysées par Francis Jauréguiberry qu'à des enjeux professionnels marqués par une visée d'efficacité, de rentabilité, de performance etc. Outil professionnel participant à la maîtrise d'une e-réputation, développant l'employabilité, Twitter est également un outil relationnel, dans lequel une forme d'authenticité est indispensable et c'est bien là toute l'ambiguïté. Au cours de l'étude, le lancement d'un service d'aide à la gestion des abonnés a été l'objet d'une vive polémique parmi les professionnels de la visibilité. Selon Arnaud, l'un de ses promoteurs, le service Socialomate⁶ permet d'« engager une conversation », avec un nouvel abonné, de manière semi-automatique, en personnalisant les messages, dans un objectif réel de massification des envois de messages, par l'intermédiaire d'une gestion de listes de contacts. Introduisant des techniques de marketing direct dans un espace jugé privé (la messagerie privée), la polémique se cristallisait justement entre une vision d'authenticité de l'entrée en relation lors de l'arrivée d'un nouvel abonné à son compte et la nécessité de passer par des outils pour gérer cette étape, « faute de temps ». Derrière cette polémique se confrontent deux figures d'utilisateur (« l'utilisateur rentabiliste » vs « l'utilisateur immergé ») caractérisées par des modèles de gestion des temporalités, des formes de déconnexion volontaire dominantes ou encore des régimes d'attention vécus très différents.

A la suite de cette étude, une question reste néanmoins posée. Ces formes de déconnexion volontaire repérées, qu'elles soient partielles, ponctuelles, provisoires ou cachées sont-elles spécifiques à ce dispositif ou reprennent-elles des formes de déconnexion expérimentées déjà dans les blogs ou les forums privés. Les filiations d'usage ont été clairement abordées par les informateurs, notamment concernant les pratiques de veille et de visibilité. Nous pouvons faire l'hypothèse de la mise en pratique des mêmes formes de déconnexion entre Twitter, les blogs et les forums privés. Plus largement, après une phase indispensable de distinction des différents espaces du Web social telle que l'ont effectuée Thomas Stenger et Alexandre Coutant (2013), afin de ne pas confondre les différents dispositifs entre eux ni les logiques d'usage associées, il s'agit dorénavant de sortir d'un médiacentrisme qui ne permet ni d'étudier la richesse des usages professionnels d'un dispositif ni leur inscription dans des processus sociaux et des pratiques sociales plus larges (présence numérique, tentative de maîtrise de son e-réputation, reconnaissance professionnelle, définition d'une identité professionnelle etc.).

ANNEXES

ENCADRÉ : PRÉSENTATION DE LA POPULATION RETENUE

Nicolas : homme, référenceur en agence, blogueur, peu présent, tweetant en son nom, 33 ans.

Cécile : femme, chef de projet web-multimédia, précédemment attachée de presse, hyperconnectée, tweetant en son nom et pour une organisation, Twitter au cœur de sa présence numérique, 36 ans.

Alexandre : homme, gestionnaire de communautés freelance, blogueur, anime un compte en son nom comme un média, Twitter comme outil de valorisation du blog, 24 ans.

Pierre : homme, chef de projet en marketing, intervient sur un blog collaboratif, anime un compte en son nom, 25 ans.

François : homme, référenceur chez l'annonceur après avoir travaillé en agence, blogueur, anime un

⁶ Ce service est un outil d'animation de médias sociaux dont l'objectif est, selon l'argumentaire de présentation, d'« aider les clients à engager de nouvelles relations par l'intermédiaire d'une scénarisation et d'une personnalisation de la prise de contact lors d'une réception d'abonnement ».

compte en son nom, 35 ans.

Paul : homme, président-fondateur d'une agence de webmarketing, intervient sur le blog collaboratif de son agence, les tweets en son nom sont repris par un compte de veille et de son agence, 36 ans.

Arnaud : homme, co-fondateur d'une agence marketing, blogueur sur un blog collaboratif, tweete en son nom et pour le compte de clients, 31 ans.

Michel : homme, responsable de la communication web d'une école de commerce, tweete en son nom et pour le compte de son employeur, 25 ans.

René : homme, communicateur web, consultant, formateur, blogueur, tweete en son nom et dans différents collectifs régionaux, 54 ans.

Henri : homme, chef de produit et blogueur semi-professionnel, tweete pour diffuser de l'information et générer du trafic vers son blog, 46 ans.

Anne : femme, co-fondatrice d'une agence de marketing digitale, blogueuse, anime quatre comptes, un en son nom, trois pour des organisations qu'elle a créées, 38 ans.

Guillaume : homme, communicateur, gère trois comptes qui ont une dimension de marque liés chacun à un blog, 29 ans.

Noël : homme, entrepreneur, consultant en emailing et médias sociaux, blogueur à titre personnel et pour un blog collaboratif, tweete en son nom, 44 ans.

RÉFÉRENCES

AUBERT, N. (2003). *Le culte de l'urgence : la société malade du temps*, Paris, Flammarion.

AUBERT, N. & HAROCHE, C. (Dir.). (2011). *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?*, Toulouse, Éditions Érès.

BERTRAND, G., DERÈZE, G. & MERCIER, P-A. (1995). « De quelques temporalités de la réception télévisuelle », *Recherches en communication*, n° 3, pp. 137-172.

BOLTANSKI, L. & THÉVENOT, L. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard.

BOULLIER, D. (2012). « Composition médiatique d'un monde commun à partir du pluralisme des régimes d'attention », in P-A. CHARDEL, C. GOSSART & B. REBER (Dir.). *Conflit des interprétations dans la société de l'information. Éthiques et politiques de l'environnement*, Paris, Hermès Éditions, pp. 41-57.

CHAUVIN, P-M. (2013). « La sociologie des réputations : cinq questions et une définition », *Communications*, 93, pp. 131-145.

DATCHARY, C. & GAGLIO, G. (2014). « Hétérogénéité temporelle et activité de travail. Entre conflits et articulations », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 2014/1, vol. 8, n° 1, pp. 1-22. [En ligne], consulté le 07 mai 2014. URL : <http://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2014-1-page-1.htm>

DESBIEY, O. (2011). « La veille technologique à l'ère des médias sociaux : content de ce que génèrent les utilisateurs. Le cas Twitter », *Hermès*, n°59, pp. 145-147.

DOMENGET, J-C. (à paraître) « Construire son e-réputation sur Twitter. Les pratiques instrumentalisées de professionnels de la visibilité », in C. Alcantara (Dir.), *E-réputation et traces numériques : dimensions instrumentales et enjeux de société*, Toulouse, Lextenso Éditions.

DOMENGET, J-C. (2013). « La fragilité des usages numériques : une approche temporaliste de la formation des usages », *Les cahiers du numérique*, vol. 9/2, pp. 47-75.

DOMENGET, J-C. (2012). « De l'impératif de visibilité aux enjeux éthiques : les usages de Twitter par des professionnels du Web ». In S. PROULX, M. MILLETTE & L. HEATON. (Dir.), *Médias sociaux : enjeux pour la communication*, Québec, PUQ, pp. 217-232.

DOMENGET, J-C & COUTANT, A. « Partir des usages pour analyser les systèmes de recommandation : le cas des médias sociaux », in G. CHARTRON, I. SALEH & G. KEMBELLEC (Dir.). *Les systèmes de recommandation*, Paris, Hermès Science, (à paraître).

DUBAR, C., TRIPIER, P. & BOUSSARD V. (2011). *Sociologie des professions*, Paris, Armand

Colin, 3ème édition.

DUBAR, C. & ROLLE, C. (2008). « Les temporalités dans les sciences sociales : introduction », *Temporalités*, 8, [En ligne], mis en ligne le 09 juillet 2009, consulté le 02 mars 2014. URL : <http://temporalites.revues.org/57>

GROSSIN, W. (1996). *Pour une science des temps. Introduction à une écologie temporelle*, Toulouse, Octarès Éditions.

HEINICH, N. (2012). *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*. Paris, Éditions Gallimard.

JAËCKLÉ, L. (2001). « Le temps comme objet de recherche pour les sciences de l'information et de la communication », *Actes du XII^e Congrès national des sciences de l'information et de la communication*, Édition Sfsic, pp. 241-248.

JAURÉGUIBERRY, F. (2014). « La déconnexion aux technologies de communication : pourquoi ? », *Réseaux*, n°186.

JAURÉGUIBERRY, F. (2005). « L'immédiateté télécommunicationnelle », in Ph. MOATI (Ed.) *Nouvelles technologies et mode de vie*, La Tour d'Aigues, l'Aube, pp. 85-98.

JAURÉGUIBERRY, F. (2003). *Les branchés du portable. Sociologie des usages*, Paris, PUF.

JAURÉGUIBERRY, F. & PROULX, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*, Toulouse, Éditions Érès.

LALLEMENT, M. (2008). « Une antinomie durkheimienne... et au-delà », *Temporalités*, n° 8. [En ligne], mis en ligne le 09 juillet 2009, consulté le 02 mars 2014. URL : <http://temporalites.revues.org/72>

LÉGLISE, I. & GARRIC, N. (2012). « Analyser le discours d'expert et d'expertise », in I. LÉGLISE & N. GARRIC, *Discours d'expert et d'expertise*, Berne, Peter Lang, pp. 1-16.

MALLEIN, P. & TOUSSAINT, Y. (1994). « L'intégration sociale des TIC : une sociologie des usages », *Technologie de l'Information et Société*, vol. 6, n° 4, pp. 315-335.

MARWICK, A. E. & BOYD, D. (2010). "I tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse and the Imagined Audience", *New Media Society*, vol 13, n°1, pp. 114-133.

MERZEAU, L. (2009). « Présence numérique. Les médiations de l'identité », *Les enjeux de l'information et de la communication*, [En ligne], mis en ligne le 09 octobre 2009, consulté le 02 mars 2014, URL : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2009/Merzeau/index.php

NOWOTNY, H. (1992). *Le temps à soi. Genèse et structuration d'un sentiment du temps*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

ORIGGI, G. (2007). « Un certain regard. Pour une épistémologie de la réputation », Workshop « réputation », Fondazione Olivetti, Rome, 14 avril, [En ligne], consulté le 02 mars 2014, URL : http://ceres.shs.univ-paris5.fr/IMG/pdf/G_Origgi.pdf

PROULX, S. (2012). « L'irruption des médias sociaux : enjeux éthiques et politiques », in S. PROULX, S., MILLETTE, M. & L. HEATON, (Dir.). *Médias sociaux : enjeux pour la communication*, Québec, PUQ, pp. 9-31.

STENGER, T. & COUTANT, A. (2013). « Médias sociaux. Clarification et cartographie. Pour une approche sociotechnique », *Décisions Marketing*, n°70, pp. 107-117.

STENGER, T. & COUTANT, A. (2011). « Community managers et community management : structuration d'un métier, légitimation et défis d'intervention dans les médias sociaux », *Colloque Prospective des métiers : la communication numérique demain ?*, Paris, ESSEC, 18 mai 2011.